

# 农村电商推动乡村振兴从网红经济到长效发展的现实挑战与对策

韩心怡

南京林业大学人文社会科学学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年6月27日; 录用日期: 2025年7月18日; 发布日期: 2025年8月15日

## 摘要

推进乡村全面振兴是新时代新征程“三农”工作的总抓手,也是国家战略思想的重要组成部分。随着电商平台的兴起与物流运输网络的完善,农村电商逐渐成为驱动乡村产业升级、促进农民增收的重要引擎。本文以近十年农村电商发展轨迹为脉络,系统梳理其发展转型的现实逻辑,基于政府、市场、个人三元主体视角,剖析当前农村电商在基础设施支撑、产业生态构建、人才技能匹配等方面面临的结构性挑战,提出强化政策协同、构建全产业链市场、培养专业人才等对策,旨在推动农村电商突破“网红经济”的短期流量依赖,形成政府引导、市场主导、人才参与的长效发展格局,为全面推进乡村振兴提供可持续的产业支撑路径。

## 关键词

乡村振兴, 农村电商, 路径研究

## Practical Challenges and Countermeasures for Rural E-Commerce to Promote Rural Revitalization from Internet Celebrity Economy to Long-Term Development

Xinyi Han

Faculty of Humanities and Social Sciences, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Jun. 27<sup>th</sup>, 2025; accepted: Jul. 18<sup>th</sup>, 2025; published: Aug. 15<sup>th</sup>, 2025

## Abstract

Promoting comprehensive rural revitalization is the key to the “agriculture, rural areas, and farmers”

文章引用: 韩心怡. 农村电商推动乡村振兴从网红经济到长效发展的现实挑战与对策[J]. 电子商务评论, 2025, 14(8): 1419-1425. DOI: 10.12677/ecl.2025.1482663

work in the new era and new journey, and it is also an important component of national strategic thinking. With the rise of e-commerce platforms and the improvement of logistics and transportation networks, rural e-commerce has gradually become an important engine driving rural industrial upgrading and increasing farmers' income. This paper takes the development trajectory of rural e-commerce over the past decade as the context, systematically sorts out the realistic logic of its development and transformation, and analyzes the structural challenges faced by current rural e-commerce in terms of infrastructure support, industrial ecosystem construction, and talent skill matching from the perspective of the ternary subjects of government, market, and individuals. It proposes countermeasures such as strengthening policy coordination, building a full industry chain market, and cultivating professional talents, aiming to promote rural e-commerce to break through the short-term traffic dependence of the "internet celebrity economy", form a long-term development pattern guided by the government, led by the market, and participated by talents, and provide a sustainable industrial support path for comprehensively promoting rural revitalization.

## Keywords

Rural Revitalization, Rural E-Commerce, Path Research

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

在当前全球经济格局深刻变革、孤立主义盛行与国内经济向高质量发展转型、全方位扩大内需的双重背景下，乡村振兴战略的全面实施成为破解城乡发展不平衡、农村发展不充分问题，构建发展新格局的关键举措。党的二十大报告明确提出，要全面推进乡村振兴，坚持农业农村优先发展，巩固拓展脱贫攻坚成果，加快建设农业强国，扎实推动乡村产业、人才、文化、生态、组织振兴，为农村地区的发展指明了方向。随着电商平台的快速发展，互联网、大数据等新兴技术与物流体系深度融合，农村电商打破了传统农村经济发展的时空限制，解决了农产品销路窄、时效性强、运输成本高等问题，加速了城乡要素流动，为“数字下乡”、“农货上行”、“土特产转型”等搭建了新平台，为乡村产业升级与农民增收开辟了新路径，为激活乡村经济带来了新动能。近期，“网红经济”在农村电商领域异军突起，借助网络达人(KOL)的影响力与社交媒体平台的传播力，大量农产品通过达人直播带货的形式走向全国市场。然而，“网红经济”具有生命周期短、收益稳定性差等弊端，农村电商要真正成为推动乡村振兴的核心动力，必须向长效发展转型。在这一过程中，农村电商仍面临着政策配套支撑不足、市场生态不完善、人才技能不匹配等诸多现实挑战。深入研究农村电商当前面临的现实挑战与对策，对于指导农村电商发展，助力乡村全面振兴具有重要的理论价值与现实意义。

2015年《中共中央国务院关于打赢脱贫攻坚战的决定》中，明确提出要实施电商扶贫工程，国内相关领域的文献数量开始呈现明显快速增长的态势，现有成果聚焦于农村电商的模式创新、技术赋能与产业融合，关注影响其发展的产业和环境因素，以及相关政策扶持、经济效益、产业融合、人才吸引等相关问题。研究表明，农村电商通过直播带货、社交电商等模式，有效拓宽了农产品销售渠道，例如湖南张家界通过加强电商服务品牌建设、完善物流体系建设、加快农村电商人才培养、完善城乡信息网络体系等形式，带动农产品销售额显著提升；但同时也面临着一些困境，数字基础设施的匮乏、物流网点“最后一公里”问题、政府职能部门之间的推诿以及立法规范问题亟待妥善解决。政策层面，从2014年开始，13个指导“三农”工作的一号文件11次涉及农村电商有关内容，提出从基础设施完善、人才吸引培养、

科技赋能创新等方面推动农村电商发展，由浅入深进一步完善了农村电商持续发展的顶层设计。但现有研究多聚焦当下的影响因素和发展成果，对长效发展机制、产业体系完善及区域差异化策略的探讨仍需深化。

本研究旨在系统探讨农村电商从“网红经济”向“长效发展”转型的逻辑路径，基于政府、市场、个人三元主体视角构建研究分析框架，提出打造政府引导、市场主导、人才参与的长效发展格局的系统性对策，为农村电商突破“网红经济”的短期流量依赖，全面推进乡村振兴提供了新的研究范式与实践路径。

## 2. 农村电商发展现状

### 2.1. 政策顶层设计逐步完善，战略地位持续提升

近十年，农村电商从政策试点走向全面发展，成为国家战略的重要组成部分。2014年中央一号文件提出“启动农村流通设施和农产品批发市场信息化提升工程，加强农产品电子商务平台建设”；2016年中央一号文件单独列出农村电商条目，明确“加强农产品流通设施和市场建设”；2018年《乡村振兴战略规划》提出“深入实施电子商务进农村综合示范，建设具有广泛性的农村电子商务发展基础设施，加快建立健全适应农产品电商发展的标准体系”；2020年中央一号文件提出“扩大电子商务进农村覆盖面”，推动农产品双向流通。2024年商务部等9部门发布《关于推动农村电商高质量发展的实施意见》，提出“培育100个农村电商‘领跑县’、1000个县域直播电商基地”等目标，标志着农村电商进入高质量发展新阶段。十年间，农村电商政策顶层设计从早期的基础设施建设向供应链整合优化、品牌培育打造、人才吸引培养等全链条延伸，为农村电商规模快速扩张奠定了坚实的基础。

### 2.2. 基础设施加快建设，技术赋能产业发展

近年来，农村电商基础设施建设不断完善，现代物流体系以及数字技术与农业深度融合，为农村电商发展筑牢底层支撑。信息基础设施和数字乡村建设是乡村振兴战略下的举措之一，最近几年，国家把信息基础设施的重点区域放在了边远地区和山区，其目的便是在全国范围内推广电子商务。2021年行政村通光纤和4G比例均已达99%以上，截至2024年底全国农村宽带用户数已达2亿户[1]，为直播带货、平台交易等创造了良好的条件，也出现了一批如“云农场”、“区块链+农产品”这样的新兴创业项目。同时，我国农村地区道路建设也不断提档升级，“四好农村路”总里程突破460万公里[2]，实现村村通硬化路，为物流体系持续优化提供硬支撑。县、乡、村三级农村物流网络节点基本成型，交邮融合的新模式在各地广泛应用，深化农村物流与客运、邮政、商贸融合发展，构建起资源共享、服务同网、信息互通、便利高效的农村物流新格局。

### 2.3. 市场规模快速扩大，产业发展成效显著

农村电商市场规模持续扩张，2023年全国农村网络零售额达2.5万亿元，比2014年增长近13倍，线上销售占比不断提升。中小农村电商企业以及淘宝、京东等大型网商平台持续创新，推动生产、销售、售后的标准化、精细化进程，许多地方政府和国有企业直接参与推动农村电商发展，通过成立电商企业来有效整合行业资源并组织农民进行生产销售，有效提高了农村整体发展水平和农民收入水平[3]。具有地理标志性的农产品数量持续增加，“阿克苏苹果”、“五常大米”等品牌被更多消费者接纳，农产品质量管控体系逐步健全，形成“质量促品牌、品牌带产业”的良性发展格局。

近十年来，农村基础设施建设实现跨越式发展，然而，地方配套政策设施不够有力、专业人才短缺、农产品标准化体系尚不健全等问题仍然存在，农村电商仍绕不开“网红经济”等短期流量驱动模式，长

效发展的产业机制尚未完全形成。

### 3. 农村电商推动乡村振兴面临的现实挑战

#### 3.1. 政府支持与服务的不足

地方配套政策支持不足。近年来，中央持续出台重磅政策鼓励、支持、引导农村电商发展，如 2024 年商务部等 9 部门发布《关于推动农村电商高质量发展的实施意见》，提出“用 5 年时间培育 100 个农村电商‘领跑县’、1000 个县域直播电商基地”等宏观目标，为农村电商发展提供清晰战略框架，但针对农村电商细分领域的具体扶持措施存在空白，地方政府首要重视的是电商发展规模，并非电商发展的“根本性需求”[4]，在产业落地、创业服务、人才激励等环节缺乏清晰操作路径，具体表现为小微企业融资困难、政策信息不对称、政策激励资源分布不均等问题。

基础设施发展不均衡。自 2014 年启动实施“快递下乡”工程以来，农村物流体系建设不断完善，但在物流、网络、仓储等方面呈现“东强西弱”格局，制约中西部地区高附加值农产品上行与农村电商新业态的拓展。物流网络方面，冷链物流设施覆盖率低，生鲜农产品运输损耗大；数字基础设施方面，实际带宽不足，限制直播带货等电商新业态拓展；仓储资源配置方面，多为传统仓库，且偏远地区公路运输占比大，物流时效显著落后。

公共服务支撑能力薄弱。随着电子商务进农村综合示范县建设的推进，“中心 + 站 + 点”的县乡村三级电子商务公共服务体系不断完善，拓展“工业品下乡、农产品进城”的双向流通渠道[5]，但公共服务设施布局上仍不够充分，县级电商公共服务中心作为农村电商发展的重要载体，仅提供电商平台入驻指导、基础操作培训等服务，缺乏网络技术指导、金融政策解读、供应链资源对接等进阶服务项目，难以满足企业和农户在品牌打造、市场拓展等方面的实际需求。

#### 3.2. 市场运作与发展的短板

产业链标准化与信息化程度有待提升。农村电商产业链各环节缺乏统一标准，导致整体运行效率低下。生产端，多数中小农户仍沿用传统种养方式，缺乏规范化的质量管控体系，同一批次的农产品在规格、品质、安全等方面差异较大，难以满足标准化品控要求；加工流通端，农产品的加工转化率和农业附加值不高，特别是信息不对称，导致产业链效能处于较低水平，经常出现生产与市场需求脱节、物流调度混乱的现象，制约了优质农产品的规模化发展。

品牌为产品赋能效应尚不突出。虽然农村电商销售额逐年增长，但大部分农产品仍存在“重销售、轻运营”的问题。作为农户与消费者桥梁的市场整体发展不成熟，导致部分优质农产品缺乏清晰的定位与价值主张，未能将地域文化、产品特色充分转化为市场竞争力。企业主体在销售中过度依赖平台流量扶持和补贴，对内容营销、社群运营、IP 孵化等新兴手段运用不足，导致产品同质化严重，仍处于中低端市场定位，难以向商品附加值更高的高端消费领域进军。

商业生态可持续性不足。当前农村电商发展过度依赖淘宝、抖音、拼多多等头部平台，市场集中度高，中小商家面临流量成本攀升、佣金压力大等问题，生存空间遭到挤压。部分企业沉迷于“网红经济”、“直播带货”等高度依赖 MCN 和 KOL 的短期流量玩法，忽视品牌打造、供应链优化和用户反馈，导致复购率低、客户粘性弱，难以形成可持续的盈利模式。此外，由于行业内大数据平台建设滞后，假冒伪劣、数据造假等乱象频发，导致农村居民和消费者对电商平台信任程度日益减少，使得农村电商抵御市场风险整体能力较弱。依据产业成长理论，对“网红经济”、“直播带货”的短期依赖，暴露了生态建设的短视化缺陷。这类模式以单次流量爆发为核心，属于产业初期的粗放式增长，却忽视了品牌认知、用户粘性等长效要素。企业既未建立基于消费反馈的产品迭代机制，也未形成稳定的供应链协同体系，导

致复购率长期偏低。当流量红利消退后，缺乏核心竞争力的商家极易陷入生存危机，难以支撑乡村振兴所需的持续产业动能。

### 3.3. 个人参与及人才支撑的困境

专业人才结构性短缺。由于农村地区在工作环境、薪资待遇、发展空间等方面难以吸引高校毕业生，农村电商发展面临严重的人才缺口，尤其是既了解农业产业规律又精通电商运营的复合型人才极度匮乏。从技能供需视角看，现有从业者能力与产业需求存在代际差。农村电商已进入“数据驱动”阶段，要求从业者具备直播策划、用户画像分析、供应链数字化管理等能力，而现有从业者多为农户或返乡创业者，技能仍停留在基础操作层面，这就导致智能选品、精准营销等先进模式难以落地，使农村电商难以从规模扩张转向质量提升，延缓了对乡村振兴的赋能进程。

农村居民积极性、参与度不高。农村居民老年人占比较高，对互联网和电商平台的运行、操作模式不熟悉，在商品上架、订单处理、移动支付等基础环节面临技术障碍，对线上交易的市场规则、物流配送流程、售后处理机制等也缺乏了解，担心市场波动和资金安全，参与电商的意愿和积极性较低。此外，偏远地区的少数民族农村居民还面临语言障碍、文化差异等特殊问题，进一步抬高了其融入电商产业链的门槛。

投资者、创业者热情不高。农村电商创业者普遍面临资金、技术、资源等多方面的限制，在初期难以承担品牌打造、技术研发、市场推广等高额成本，也难以获得政策解读、法律咨询、融资对接等服务。同时，社会资本对农村电商创业项目的关注度较低，配套的融资方案和信用评估体系还没有建立。由于信用融资工具缺失，急于扩大经营生产规模的创业者只能通过民间借贷等方式进行融资[6]，导致创业风险增加，抑制了创业者的积极性。

## 4. 农村电商推动乡村振兴的对策建议

### 4.1. 强化政府支持与服务效能

精准化政策设计与长效机制构建。各地方政府在政策推进过程中要针对产业落地、创业服务、人才激励等细分领域出台专项政策，实现央地间、各级职能部门间扶持政策的有效互补，提升扶持政策精准度，通过精准施策推动完成“育主体、畅渠道、强服务、优环境”的基本任务[7]。建立更加完善的政策效果动态评估机制，除了以农村电商产业规模为重要考核指标外，将农产品标准化覆盖率、品牌建设成熟度、电商人才留存率等要素也纳入进来，让政策发挥更大效能。积极跟进农村电商发展趋势，及时出台农村电商合规指引、直播电商行业规范等政策，进一步完善市场信用机制，引导农村电商产业健康发展。

均衡化基础设施建设与资源分配。通过政府投资、引入社会资本等方式，进一步加强数字基础设施建设，提升网络覆盖质量与稳定性，推动商用 5G 网络向中西部偏远地区延伸；统筹物流资源，加快推动县乡村三级基层物流站点建设，探索“交邮融合”配送模式，打通农村物流“最后一公里”；加大冷链仓储设施布局投资力度，通过用地优先、税收减免等政策吸引大厂大企在农村电商集聚的区域落地，提升生鲜农产品保供能力。

强化公共服务与数据共享能力。持续优化现有电商公共服务中心功能，与社会机构合作提供涵盖市场分析、品牌策划、供应链对接、法律政策咨询等的全链条服务，实现从“基础培训”向“增值服务”的转型。健全农村信息化基础设施保障机制，加速配套法律法规与行业标准，加强对农村信息统一管理与调度功能，整合农业、商务、物流等领域数据，建立跨部门数据共享平台，实时监测产业动态，为农村电商主体提供配套服务。

## 4.2. 提升市场运作与发展水平

推动产业链标准化与协同发展。引导成立具有权威性的行业协会，鼓励制定农产品分级、品控、包装等细分领域标准，推动农产品规范化、集约化发展；搭建产业链协同平台，进一步整合生产、加工、物流、销售等各环节资源，通过大数据实现供需精准匹配，提升全链条效率与产品质量；支持农产品加工企业，延长产业链条，提升产品附加值，如开发预制菜、休闲零食等。

实施品牌化战略与营销创新。充分挖掘各地区文化、生态特色，大力推进农村产品商标和地理标志注册，加大现有农产品商标保护与宣传力度，统一品牌形象与质量标准，开展品牌故事创作、IP 形象设计，利用新媒体平台开展宣传推广，推出实地参观、免费试吃等活动。建立农产品质量追溯系统，通过区块链技术实现“一码溯源”，打造“云农场”等数字消费场景，以品质提升与体验创新支撑产品溢价，提升高端市场渗透率。

构建可持续的商业生态与公平竞争环境。鼓励市场主体加大产品研发与供应链优化投入，建立完善售后机制，加强与消费者互动，持续提升消费体验，形成以品质和口碑为基础的长效发展模式。鼓励行业协会牵头制定相关条约，建立农村电商企业信用评级体系，公示优质商家名单，惩戒虚假宣传、以次充好等行为，提升消费者和农户对市场的信任度。

## 4.3. 激发个人参与活力与人才动力

构建专业化人才培养与招引机制。与对口高校加强联系，举办专题推介会、专场招聘会，向应届生展示农村电商发展蓝图，吸引具备农业或电商运营相关知识的人才；合作建立研究中心、招生基地，推动知识、技术要素向农村集聚，形成“引进一个、带动一片”的人才辐射效应；依托县乡村三级电商公共服务中心，打造人才驿站，提供人才公寓、教育医疗等生活服务，强化基础设施保障。依据个人专业特长构建分层分类的培训体系，开发直播运营、数据应用、供应链管理等模块化课程，通过“理论教学、模拟实操、岗位见习”的阶梯式培训提升能力水平，为产业持续升级提供智力支撑。

提升农村居民参与意愿，通过村社区网格员与农户“一对一”结对开展实操教学，逐步提升中老年农村居民数字技能。探索建立政府、企业、农户三方共担的风险缓冲机制，为农户进入电商领域兜底，如初期运营补贴、约定最低收购价等，增强农户对市场的信心。在此基础上，充分挖掘乡村文化内涵与产品地域特色，通过讲好“产地故事”、树立创业典型等方式将农村电商与当地经济发展、个人价值实现相结合，提升农户积极性。

完善创业创新支持与风险保障体系。硬件方面，加大农村电商产业园建设力度，打造创业孵化载体，提供办公场地、技术设备、员工宿舍等硬件设施，配套完善的政策、法务、财税等服务，降低创业初期的成本投入。融资机制方面，在做大基金盘子的基础上更多引入社会资本，建立“政府引导基金 + 市场化投资 + 普惠金融”的多元化融资体系，破解融资困境；设计风险共担政策工具，如创业失败补偿、投资风险补贴等，降低创业试错成本。

## 5. 结论

通过以上研究分析可以发现，农村电商在我国已经成为了乡村振兴、脱贫攻坚的重要抓手，在推动农业增效、农民增收、农村繁荣等方面发挥着日益关键的作用。近年来，农村电商产业在顶层设计、基础设施以及市场规模等各方面都取得了飞跃式的发展，实现了从无到有的突破，但仍面临着配套政策支持不足、市场生态不完善、人才流失严重等诸多问题，要牢牢把握发展机遇，实现“网红经济”向“长效发展”的转变，还需加强政策引导、完善产业生态、激发人才活力，形成政府引导、市场主导、个人积极参与的良性发展格局，进一步优化农村电商产业质态，让农村地区在数字经济的浪潮中实现新的跨越和

发展，描绘出一幅“产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕”的振兴图景。

### 参考文献

- [1] 中华人民共和国工业和信息化部网站. 2024 年通信业统计公报[EB/OL]. 2025-01-26.  
[https://www.miit.gov.cn/jgsj/yxj/xxfb/art/2025/art\\_1ba37f13e02149d4b1cdfc41c78cc68.html](https://www.miit.gov.cn/jgsj/yxj/xxfb/art/2025/art_1ba37f13e02149d4b1cdfc41c78cc68.html), 2025-06-30.
- [2] 中华人民共和国国务院新闻办公室. 新时代的中国农村公路发展[EB/OL]. 2024-11-29.  
[http://www.scio.gov.cn/zfbps/zfbps\\_2279/202411/t20241129\\_875790.html](http://www.scio.gov.cn/zfbps/zfbps_2279/202411/t20241129_875790.html), 2025-06-30.
- [3] 肖国安, 陈谦, 王文涛. 乡村振兴战略背景下我国农村电商发展路径研究[J]. 贵州社会科学, 2022(10): 161-168.
- [4] 向雪. 乡村振兴战略下农村电商高质量发展路径[J]. 农业经济, 2025(4): 141-144.
- [5] 陈耀龙. 乡村振兴战略下的农村电商发展研究[J]. 当代农村财经, 2019(2): 55-58.
- [6] 洪勇. 我国农村电商发展的制约因素与促进政策[J]. 商业经济研究, 2016(4): 169-171.
- [7] 郭凯凯, 高启杰. 农村电商高质量发展机遇、挑战及对策研究[J]. 现代经济探讨, 2022(2): 103-111.